

**ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL  
DALAM MENINGKATAN PENDAPATAN  
PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH  
(UMKM)**

**(Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar  
Lampung Perspektif Ekonomi Islam)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam  
Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Muhammad Mirdza  
NPM. 1751010204**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442 H/ 2021 M**

**ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL  
DALAM MENINGKATAN PENDAPATAN  
PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH  
(UMKM)**

**(Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar  
Lampung Perspektif Ekonomi Islam)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam  
Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1442 H/ 2021 M**

## ABSTRAK

Pertumbuhan dunia komersial berbasis online (*internet*), dikenal juga sebagai *e-commerce*, berkembang sangat pesat dalam dua puluh tahun terakhir. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran digital yang lebih efisien dan ekonomis. Para pelaku ekonomi pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Bandar Lampung sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus beradaptasi dan menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui penerapan ekonomi digital pada pelaku usaha UMKM kuliner di kota bandar lampung prespektif ekonomi islam dan untuk mengetahui pengaruh ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM kuliner di kota bandar lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung sudah mulai berkembang pesat dalam memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Perkembangan ekonomi digital menjadi peran penting agar ketangguhan ekonomi di Kota Bandar Lampung dapat terjaga apalagi di era new normal ini. Pengaruh ekonomi digital dalam UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung sangat luar biasa. Hadirnya *GoFood*, *GrabFood*, *ShopeePay*, Aplikasi pemesanan, dan *website* mempermudah akses dalam transaksi yang dilakukan dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut serta luasnya akses penjualan yang didapatkan dalam melakukan usahanya. Kemudian terhindar dari risiko *fraud* (transaksi palsu) dan juga mempermudah cara UMKM kuliner melakukan bisnis.

**Kata Kunci : Ekonomi Digital, UMKM, Pembayaran Digital, Digital Marketing.**

## **ABSTRACT**

*The growth of commercial world online based (internet), also known as e-commerce, has grown very rapidly in the last twenty years. In line with the development of technology, patterns and payment systems in economic transactions continue to change. Technological advances in the payment system have shifted the role of cash (currency) as means of payment into a more efficient and economical form of digital payment.*

*This study aims to determine the application of the digital economy to culinary MSME business actors in Bandar Lampung City with an Islamic economic perspective and to determine the impact of the digital economy to increasing the income of culinary MSME entrepreneurs in Bandar Lampung City. The type of research is qualitative research using primary data. The Data collecting techniques used are methods of observation, interview, and documentation. The population in this study are culinary MSME's actor in the city of Bandar Lampung. The determination of sample in this study using Simple Random Sampling's method.*

*The results showed that the application of the digital economy of culinary MSME entrepreneurs in Bandar Lampung City has begun rapidly developed to fulfilled digitalization in business. The development of the digital economy become an important role so that economic resilience in the city of Bandar Lampung can be maintained, especially in this new normal era. The presence of GoFood, GrabFood, ShopeePay, ordering applications, and websites makes it ease to access in transactions was done and can increase the income of MSME and the breadth of sales access to doing their own business. Then avoid the risk of fraud (fake transactions) and also make it ease for MSME culinary to do thir business.*

**Keywords:** *Digital Economy, MSME, Digital Payments, Digital Marketing.*



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260*

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD MIRDZA

NPM : 1751010204

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam”** Adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau Daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 24 Mei 2021

Penulis,



**Muhammad Mirdza**

NPM. 1751010204



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260*

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : “Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam  
Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro  
Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di  
Kecamatan Sukarame Bandar Lampung  
Perspektif Ekonomi Islam”

Nama : Muhammad Mirdza  
NPM : 1751010016  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Dr. Rubhan Masykur M.Pd.**  
NIP. 1966604021995031001

Pembimbing II

**Okta Supriyaningsih, S.E., M.E., Sy**  
NIP. 2013010919841028163

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

**Madnasir, S.E., M.Si.**  
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG**


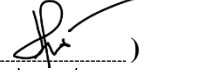
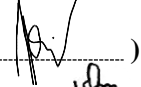
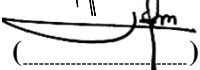
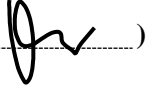
**FAKULAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721)703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam” Oleh Muhammad Mirdza, NPM. 1751010204 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Selasa, 22 Juni 2021.

**TIM PENGUJI**

<b>Ketua</b>	<b>: Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.</b>	(  )
<b>Sekretaris</b>	<b>: M. Fikri Nugraha Kholid, M.Pd.</b>	(  )
<b>Penguji I</b>	<b>: Dr. Nasruddin, M.Ag.</b>	(  )
<b>Penguji II</b>	<b>: Dr. Rubhan Masykur M.Pd.</b>	(  )
<b>Penguji III</b>	<b>: Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy.</b>	(  )

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

  
**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.**  
**NIP. 198008012003121001**

## MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ١٣٩

*“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.”  
(Q.S Al-Imran : 139)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

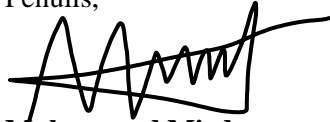
1. Kedua orang tuaku, Ayah Mili Hartadhi (Alm) dan Ibu Nurlaila tercinta yang telah senantiasa selalu memberikan do'a, semangat, motivasi, teladan, dukungan moril dan semua didikan yang telah mereka ajarkan kepada penulis, sehingga penulis terus semangat dan berharap akan memberikan yang terbaik kepada mereka.
2. Adik-adikku tersayang, Muhammad Salman, Kartika Divya Aini, Lutfhia Ramadanti, Muhammad Sujarwo, Muhammad Naufal (Alm), Rizki Suci Bahira, Ayu Salmah, dan Adik Muthmainah yang selalu memberikan dukungan, pengorbanan, motivasi, serta do'a yang tulus agar penulis dapat mencapai kesuksesan.
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang selalu penulis banggakan yang menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan dan memperbanyak teman untuk menjalin silaturahmi.

## RIWAYAT HIDUP

Muhammad Mirdza, dilahirkan di Tanjung Karang pada tanggal 13 April 1997, anak pertama dari sembilan bersaudara pasangan Bapak Mili Hartadhi (Alm) dan Ibu Nurlaila. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Way Huwi, Kec. Jati Agung, Kab. Lampung Selatan selesai pada tahun 2009, SMP N 22 Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung selesai pada tahun 2013, SMA N 12 Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung selesai pada tahun 2016, dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2017.

Bandar Lampung, 24 Mei 2021

Penulis,



**Muhammad Mirdza**

NPM. 1751010204

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Karena nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Bandar Lampung Prespektif Ekonomi Islam” dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, para sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Selama menyusun skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Rubhan Masykur M.Pd selaku Pembimbing I dan Mimi Okta Supriyaningsih, M.E., Sy. selaku Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.

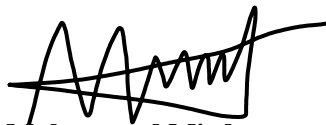
5. Sahabat-sahabat tersayang yang selalu memberikan keceriaan dan memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi dan aktivitas perkuliahan Sih Astutik, Diah Sasmita, Ahmad Fauzi, Brama, Ariyan Hakiki, Zianendra Samardika Bahri, Dwi Sulistyanto, Yuli Yanto, Yunita Anggraeni dan Taufik Ambara.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah (D) angkatan 2017 dan teman-teman KKN-DR Desa Jatimulyo, terimakasih atas kebersamaan dan persahabatan yang telah terbangun selama ini.
7. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Bandar Lampung, 24 Mei 2021

Penulis,



**Muhammad Mirdza**

NPM. 1751010204

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus Dan Subfokus Penelitian .....	19
D. Rumusan Masalah .....	19
E. Tujuan Penelitian .....	19
F. Manfaat Penelitian .....	20
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relavan.....	20
H. Metode Penelitian .....	23
I. Sistematik Penulisan .....	29
J. Kerangka Fikir .....	30
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pendapatan .....	31
1. Pengertian Pendapatan .....	31
2. Sumber Dan Jenis Pendapatan .....	33

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan.....	34
B. Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).....	38
1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).....	38
2. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) .....	38
3. Peranan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).....	40
4. Kekuatan Dan Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM).....	40
C. Kuliner .....	41
1. Pengertian Kuliner .....	41
D. Ekonomi Digital.....	42
1. Definisi Ekonomi Digital .....	42
3. <i>Platform</i> Ekonomi.....	46
4. <i>E-Commerce</i> .....	46
5. <i>E-Money</i> .....	47
6. Aplikasi Pembayaran Digital .....	47
7. Digital Marketing.....	49
8. Perkembangan Ekonomi Digital .....	50
E. Keuntungan Prespektif Ekonomi Islam .....	51
F. Prinsip Dasar Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	53
1. Prinsip Tauhid.....	53
2. Prinsip Keadilan.....	53
3. Prinsip <i>Nubuwwah</i> (Kenabian) .....	54
4. Prinsip Khilafah .....	55
5. Prinsip <i>Ma'ad</i> (Hasil) .....	55
G. Kuliner Dalam Prespektif Islam.....	56
H. <i>E-commerce</i> Dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	58
1. Transaksi Online ( <i>E-Commerce</i> ) Dalam Islam.....	58
2. Hukum <i>E-commerce</i> Dalam Islam.....	59

3. Pandangan Madzhab Asy-Syafi'i Terhadap Praktik <i>E-commerce</i> .....	63
<b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
1. Wilayah Administrasi .....	65
2. Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung .....	66
3. Sekilas Adat Istiadat Daerah Lampung .....	68
4. Ekonomi Kota Bandar Lampung .....	69
5. Arahkan Wilayah Pengembangan Strategis .....	72
B. Penyajian Fakta Dan Data Penelitian .....	74
<b>BAB IV ANALISIS PENELITIAN</b>	
A. Analisis Data Penelitian .....	86
1. Pengaruh Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung .....	86
2. Penerapan Ekonomi Digital Pada Pelaku Usaha UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung Prespektif Ekonomi Islam .....	89
3. Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Bandar Lampung Dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	102
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	105
B. Rekomendasi .....	105
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>xiii</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Provinsi Lampung Tahun 2016-2019.....	10
Tabel 1.2 Diagram Jumlah Industri Menengah Tahun 2018 - Februari 2020.....	11
Tabel 1.3 Jumlah Usaha Industri Kecil di Kota Bandar Lampung Tahun 2018 - Februari 2020.....	12
Tabel 1.4 Jumlah UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Tahun 2021.....	13
Tabel 3.1 Wilayah Administrasi Kota Bandar Lampung.....	66
Tabel 3.2 Daftar Nama Walikota Bandar Lampung.....	68
Tabel 3.3 Tabel Laju Pertumbuhan PDRB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan (Juta Rupiah & Persen) Tahun 2018-2020.....	70
Tabel 3.4 Daftar Menu Makanan di Geprek King.....	76
Tabel 3.5 Daftar Menu Minuman di Geprek King.....	77
Tabel 3.6 Daftar Menu Makanan di Geprek Mas Boy.....	80
Tabel 3.7 Daftar Menu Minuman di Geprek Mas Boy.....	80
Tabel 3.8 Daftar Minuman dan Harga di Cafe/Resto Ngopi Geh.....	82
Tabel 3.9 Daftar Makanan dan Harga di Cafe/Resto Ngopi Geh.....	83
Tabel 3.10 Daftar Menu Street Food di Cafe/Resto Ngopi Geh.....	84
Tabel 3.11 Daftar Menu Snack di Cafe/Resto Ngopi Geh.....	85



# BAB I PEDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebelum melangkah pada pembahasan selanjutnya terlebih dahulu penulis menjelaskan maksud dari istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, judul skripsi ini adalah: **“Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Bandar Lampung Prespektif Ekonomi Islam”**. Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami maksud dan tujuan serta ruang lingkup pembahasan, maka perlu adanya penegasan judul tersebut. maka terlebih dahulu diuraikan penjelasan istilah-istilah yang dianggap penting.

1. **Analisis** merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mendapatkan fakta yang tepat, atau penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian, atau hubungan antara bagianbagian itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan.<sup>1</sup>
2. **Ekonomi Digital** merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Departemen Pendidikan Nasional, “Kamus Besar Indonesia Pusat Bahasa Jakarta,” *PT Gramedia Pustaka Utama, Edisi Ke Empat*, 2015, 58.

<sup>2</sup>Ahmad Budi Setiawan, “Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia,” *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 9, no. 1 (2018): 61–67.

3. **Pendapatan** merupakan hasil yang didapatkan melalui kegiatan suatu usaha yaitu kegiatan jual beli dengan melakukan transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan bersama.<sup>3</sup>
4. **Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)** Menurut UU Nomor 99 tahun 1998, UMKM adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat.<sup>4</sup>
5. **Ekonomi Islam** adalah pengetahuan dan aplikasi dari anjuran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya materil sehingga manusia puas dan tetap menjalankan perintah Allah serta mengikuti aturan masyarakat. Disisi lain Yusuf Al-Qardhawi mendefinisikan ekonomi islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Yakni bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana menurut syariat Allah.<sup>5</sup>

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas dapat disimpulkan bahwa judul penelitian ini adalah analisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di kota bandar lampung prespektif ekonomi islam.

---

<sup>3</sup>Khasan Setiaji and Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)* 6, no. 1 (2018): 1–14.

<sup>4</sup>Jemmy E.O Rawis, Vicky V.J Panelewen, and Arie Dharmaputra Mirah, "Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru)," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 4, no. 2 (2016): 106–19.

<sup>5</sup>Moh. Idil Ghufroon and Inas Fahmiyah, 'Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam', 3.1 (2019), 130–47.

## B. Latar Belakang Masalah

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional dikategorikan rendah.<sup>6</sup>

Dunia teknologi memang saat ini semakin tajam dalam perkembangannya. teknologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang keterampilan dalam menciptakan alat, metode pengolahan, dan ekstraksi benda, untuk membantu menyelesaikan cabang ilmu keterampilan dan pengetahuan dalam memahami suatu alat komunikasi yang berupa teknologi informasi yang bersaing pada dunia melalui berbagai sektor berupa informasi internet telekomunikasi, pendidikan dan ekonomi yang berjuang untuk dapat menyelesaikan berbagai permasalahan dan pekerjaan manusia sehari-hari. Sudah tidak perlu diragukan lagi setiap tahun perkembangan dari teknologi semakin mendunia. Berbicara mengenai teknologi mulai banyak digunakan masyarakat untuk dibutuhkan dalam sehari-hari. Dengan adanya teknologi dapat membuat perkembangan yang terus berkembang di berbagai jenis dan sektor terkhususnya pada bidang perekonomian. Dengan begitu tak dipungkiri bahwa perkembangan digital dapat berdampak pada

---

<sup>6</sup>Ismah, Suhendri, and Wiwik Kusdaryani, "Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha" 1, no. 4 (2020): 174–81.

sikap dan perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi.<sup>7</sup>

Ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan di perdagangkan melalui perdagangan elektronik. Artinya, bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi internet ataupun teknologi website. *The Nielsen Global Survey of E-Commerce* mensurvei responden yang memiliki akses internet di 60 negara untuk mempelajari intensitas belanja online dari konsumen di seluruh dunia.<sup>8</sup>

Banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia melalui internet tersebut membawa peluang bagi sektor perekonomian Indonesia. Salah satu pemanfaatan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah.<sup>9</sup>

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai Revolusi 4.0. Revolusi 4.0 menjadikan semua lebih mudah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia melakukan bisnis. Informasi pada ekonomi lama berbentuk

---

<sup>7</sup>Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria and Tri Widayati, "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi," *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 6, no. 2 (2020): 234–39.

<sup>8</sup>Arief Iman Santoso, Anungrah Irfan Ismail, and Emi Widiyanti, "Kesiapan Umkm Industri Kreatif Kota Surakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Digital ( Digital Economy Ecosystem )," *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2017*, 2017, 272–77.

<sup>9</sup>Emi Suwarni, Kristina Sedyastuti, and A Haidar Mirza, "Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital," *Ikraith Ekonomika* 2, no. 2 (2019): 29–34.

fisik, sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Banyak yang meyakini bahwa Revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendi-sendi kehidupan secara signifikan. Dalam Revolusi Industri 4.0 menerapkan dan mengandalkan adanya konsep otomatisasi yang dilakukan/dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Hal ini merupakan hal yang vital dan dibutuhkan oleh para pelaku usaha/industri dalam rangka efisiensi waktu, tenaga kerja, dan biaya.<sup>10</sup>

Upaya peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini diperlukan oleh pelaku UMKM lokal untuk menghadapi persaingan usaha yang makin ketat. Sebab, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka bisa cepat maju dan siap secara global. Selain itu, diperlukan adanya upaya untuk melindungi dan mengenalkan produk UMKM di pasar mancanegara sehingga produk lokal Indonesia bisa menjaga eksistensinya. Salah satunya, yaitu melalui E-Produk Indonesia, Aplikasi berbasis android sebagai wadah pemasaran produk UMKM di pasar mancanegara sebagai langkah prospektif meningkatkan perekonomian.<sup>11</sup>

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko online (baik itu *marketplaces* maupun *platform online*) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>Tatas Ridho Nugroho, Nur Ainiyah, and Dindya Nirmala, "Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto" 1, no. 2 (2017): 100–105.

<sup>11</sup>Meri Nur Amelia, Yulianto Eko Prasetyo, and Iswara Maharani, "E-Umkm: Aplikasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *Prosiding SNATIF Ke-4*, 2017, 11–16.

<sup>12</sup>Yanis Ulul Az'mi, "Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris," *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 4, no. 2 (2018): 215–30.

Teknologi bisa mendorong masyarakat agar semakin berinovasi dan berkembang sehingga bisa beradaptasi pada era yang serba canggih ini. Dengan ini, para pelaku bisnis terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat mengambil kesempatan tersebut untuk memperluas jangkauan usaha agar memperoleh lebih banyak pelanggan hingga keuntungan yang didapat semakin banyak.<sup>13</sup>

Usaha Kecil Menengah memegang peranan sangat penting dalam menunjang perekonomian suatu daerah. Kehadiran UKM bukan saja untuk peningkatan pendapatan tapi juga dalam rangka pemerataan pendapatan. Hal ini bisa dimengerti karena sektor UKM melibatkan banyak orang dengan beragam usaha. Pemerintah sudah mempunyai komitmen memberdayakan ekonomi kerakyatan dalam hal ini UKM dan koperasi.<sup>14</sup>

Pada saat ini para pelaku usaha kuliner telah banyak menggunakan teknologi informasi sebagai bagian dari usaha mereka, dengan kehadiran media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp dapat mempermudah pelaku usaha kuliner untuk mempromosikan hasil produksi mereka secara lebih luas yang menghemat waktu dan biaya, serta mempermudah produsen berinteraksi dengan konsumen secara langsung.<sup>15</sup>

Berkembangnya usaha kuliner terutama di kota-kota besar beberapa tahun terakhir ini dikarenakan kebutuhan masyarakat perkotaan yang makin meningkat. Dengan kesibukan kerja mereka yang semakin tinggi membuat mereka makin sering memesan makanan dari luar rumah. Apalagi sekarang didukung oleh perkembangan internet yang makin memudahkan mereka untuk memesan makanan dari mana saja. Kebiasaan

---

<sup>13</sup>Latyia Carin, Vina Melissa, and Nico Pratama, "Penggunaan Teknologi Dalam Rangka Mengembangkan Usaha Kuliner Di Tiban Centre," 2019, 215–18.

<sup>14</sup>Muhammad Sigit Cahyono, Dewi Handayani Harahap, and Muhammad Ali Sukrajap, "Penerapan Teknologi Produksi Makanan Olahan Untuk Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Bandung," *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 3, no. 1 (2020): 21–30.

<sup>15</sup>Adelina Velti Mokolensang et al., "Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara" 17, no. 1 (2021): 93–102.

masyarakat ini membuka lapangan usaha bagi mereka yang ingin menekuni dunia bisnis kuliner.<sup>16</sup>

Pelaku usaha kecil menengah dibidang kuliner merupakan salah satu kelompok usaha yang dapat bertahan di tengah perubahan dan tidak mengenal masa serta tidak pernah mati, sehingga usaha ini pun selalu ada, di setiap tempat dan strata masyarakat. Makanan dan minuman masih menjadi kebutuhan pokok, dengan bentuk skala usaha besar maupun kecil. Dengan melihat kondisi dan kenyataan yang ada, maka usaha kuliner merupakan usaha yang sangat menjanjikan dan akan memberikan keuntungan maksimal.<sup>17</sup>

Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh pada anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber dari pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian, harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi dan hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Rr. Lulus Prapti NSS and Rahoyo Rahoyo, "Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 20, no. 2 (2018): 120–33.

<sup>17</sup>Ani Rakhmanita, "Usaha Kuliner Berskala Mikro Dan Kecil Di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor : Kondisi Pasca Covid-19" 19, no. 1 (2021): 41–47.

<sup>18</sup>Arum Indraswarri and Hendrah Kusuma, "Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang," *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2 (2018): 63–73.

Dalam Islam kita juga diajarkan berbisnis Islami, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al Jumu'ah Ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

Artinya :

*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.* (Q.S. Al Jumu'ah : 10)

Al-Syaukani menjelaskan makna ayat ini dengan mengatakan, apabila engkau telah selesai melaksanakan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi untuk perdagangan (*tijarat*) dan melakukan transaksi-transaksi lainnya, sesuai dengan apa yang engkau butuhkan untuk memenuhi urusan kehidupanmu. Dan carilah karunia Allah dalam bentuk rizqi yang memang dikaruniakan Allah buat hambanya. Dalam konteks ayat, *fadh*l Allah adalah keuntungan-keuntungan (*al-arbah*) di dalam mu'amalat dan usaha-usaha (*makasib*) yang telah kita lakukan.<sup>19</sup>

Diawal tahun 2020, serangan wabah covid 19 yang terjadi secara global hampir di seluruh dunia termasuk di Indonesia telah memicu sentimen negatif terhadap berbagai lini bisnis khususnya bisnis UMKM. Dampak negatif akibat wabah Covid 19 ini menghambat pertumbuhan bisnis UMKM dimana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pamer atau promosi terhalang dengan adanya *Phisical distancing* dan adanya gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dianggap akan mampu mempercepat penanggulangan dan

---

<sup>19</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012).Hal.115



pengecahan penyebaran Covid 19 yang semakin meluas di Indonesia.<sup>20</sup>

Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. Hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pandemi Covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan *online*, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama di luar rumah. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen.<sup>21</sup>

Tantangan bagi UMKM di Tahun 2020 ini tidak hanya karena terjadinya wabah Covid 19 saja, tapi Tantangan UMKM di tengah masifnya ekonomi digital yang semakin pesat menuntut para UMKM melek teknologi informasi karena para pelaku UMKM yang menggunakan jasa internet atau memiliki website masih belum banyak dan familiar sehingga produk atau layanan UMKM yang dipasarkan terkadang belum dapat menjangkau pasar-pasar diluar daerah dan pelosok, serta belum bisa bersaing dengan usaha besar lainnya yang sudah memiliki marketplace dan mudah mendapatkan pelanggan karena telah

---

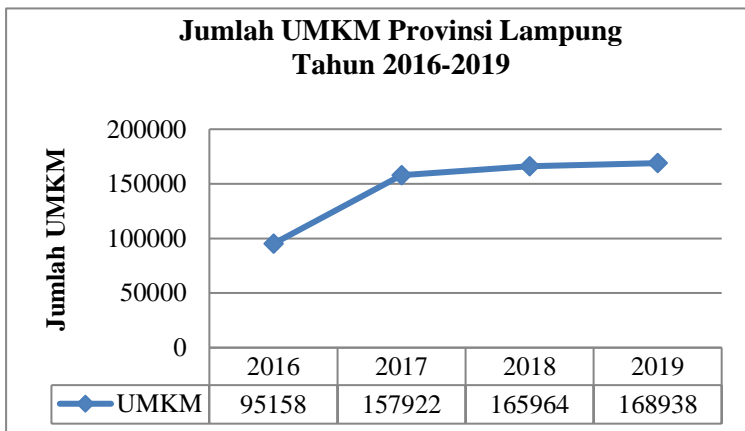
<sup>20</sup>Lili Marlinah, "Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19," *Jurnal Ekonomi* 22, no. 2 (2020): 118–24.

<sup>21</sup>Wan laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika* 10, no. 1 (2020): 89–98.

dikenal melalui layanan jasa internet yang tanpa batas dan bisa *go-Internasional*.

Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) menggambarkan ekonomi digital sebagai hasil dari proses transformatif yang dibawa oleh teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang telah membuat teknologi lebih murah, lebih kuat, dan terstandarisasi secara luas, meningkatkan proses bisnis dan memperkuat inovasi di semua sektor ekonomi. Adanya ekonomi digital dapat menimbulkan keuntungan, yaitu informasi dan pengetahuan lebih mudah diakses oleh banyak orang. Jika teknologi dikelola dengan tepat, dapat mendorong inovasi yang selanjutnya dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Bagi pebisnis *e-commerce* memiliki dampak positif berupa pengurangan biaya operasional dan dapat memperlebar pangsa pasar, sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan dan lebih mudah dalam hal pengembangan bisnis.<sup>22</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM di Provinsi Lampung Tahun 2016-2019**



Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, 2020 (Data Diolah)

<sup>22</sup>Az'mi, "Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris."

Di Provinsi Lampung berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung Tahun 2020.<sup>23</sup> pada Tabel 1.1 di atas, jumlah UMKM Provinsi Lampung mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai 2019. Tahun 2017, jumlah UMKM Provinsi Lampung sebesar 157.922 unit meningkat sebesar 60.25 persen dari 95.158 pada tahun 2016. Pada akhir Desember 2019, menurut data Dinas Koperasi dan UKM jumlah UMKM yang ada di Provinsi Lampung sebanyak 168.938 unit dengan rincian yang bergerak dibidang makanan dan minuman atau kuliner 335 unit, *fashion* 81 unit, pendidikan 356 unit, otomotif 3.329 unit, agrobisnis 301 unit, teknologi internet 6.594 unit dan lain lainnya 157.922 unit. Banyaknya Usaha Industri Menengah di Kota Bandar Lampung Tahun 2018 - Februari 2020.

**Tabel 1.2**  
**Diagram Jumlah Industri Menengah Tahun 2018 –**  
**Februari 2020**



Sumber : Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung, 2020

Jumlah industri menengah jenis IKAHH (Industri Kimia, Agro dan Hasil Hutan) pada tahun 2018 sebesar 146 unit industri, bertambah menjadi 151 unit industri pada 2019 dan sampai dengan Februari 2020 belum ada penambahan.<sup>24</sup>

<sup>23</sup>koperasiukm.lampungprov.go.id, “Kinerja Pembangunan Koperasi Dan UMKM Di Provinsi Lampung”.

<sup>24</sup>Statistik Sektorial Kota Bandar Lampung Tahun 2020

Jumlah industri menengah jenis ILMEA (Industri Logam, Mesin, Elektronika, dan Aneka) pada tahun 2018 sebesar 38 unit industri, bertambah menjadi 41 unit industri pada 2019 dan sampai dengan Februari 2020 belum ada penambahan.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Usaha Industri Kecil di Kota Bandar Lampung**  
**Tahun 2018 – Februari 2020**



Sumber : Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung, 2020

Jumlah industri kecil jenis IKAHH pada tahun 2018 sebesar 1.733 unit industri, bertambah menjadi 1.820 unit industri pada 2019 dan sampai dengan Februari 2020 bertambah menjadi 1.830 unit industri. Jumlah industri kecil jenis ILMEA pada tahun 2018 sebesar 1.359 unit industri, bertambah menjadi 1.396 unit industri pada 2019 dan sampai dengan Februari 2020 bertambah menjadi 1.399 unit industri.<sup>25</sup>

<sup>25</sup>Statistik Sektoral Kota Bandar Lampung Tahun 2020

**Tabel 1.4**  
**Jumlah UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar**  
**Lampung Tahun 2021**

<b>No.</b>	<b>Nama UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarame</b>	<b>Alamat UMKM Kuliner</b>
1.	212 Martabak Manis & Martabak Telor	Jl. Pulau Sebesi, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
2.	Aura Book & Coffee	Jl. Pandawa Raya, Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
3.	Ayam Geprek Reyhan	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
4.	Ayam Penyet Hang Dihi	Jl. Pulau Sebesi No.001, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
5.	Ayam Penyet Hang Dihi	Jl. Pulau Sebesi No.001, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
6.	Bakso & Mie Ayam Son Haji Sony Ix	Jl. Endro Suratmin No.41 B, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
7.	Bakso Ali Sukarame	Dekat, Gg. Kalpataru, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133

8.	Bakso Arema Vavorit	Jl. Pulau Sebesi, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
9.	Bakso Bamieta Sukaram	Jl. Pulau Legundi, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
10.	Cafe Nikmat	Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
11.	Caffe Ajo Karimunjawa	Gg. Beringin No.12, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35122
12.	Cak Men Surabaya	Jl. Endro Suratmin No.8, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
13.	Dapur Aisyah Cake And Pastry	Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
14.	Dapur Aisyah Cake And Pastry	Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
15.	Dapur Solo Urip Roso	Jl. Pulau Sebesi No.46-76, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
16.	Fluppy Cake Lampung	Indah sejahtera 2, Jl. Karimun Jawa No.20, Sukaram, Kec. Sukaram, Kota Bandar

		Lampung, Lampung 35122
17.	Geprek King	58, LA, Jl. Pulau Sebesi, Sukarame, Bandar Lampung City, Lampung 35131
18.	Geprek Mas Boy	Jl. Pulau Sebesi No.36, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
19.	Inspirasi Corner	Jl. Endro Suratmin No.mor 110, Way Dadi, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
20.	Jawara Fresh Juice And Healty Drink	Jl. Pulau Sebesi No.56c, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
21.	Kafe Edukasi Djejama	Jl. Pulau Sebesi No.39, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
22.	Kantin Fandani	Jl. Pulau Sebesi, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
23.	Kedai Abu Ahda	Jl. Pandawa Raya No.101, Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
24.	Kopi Ruang Hati Karimun Lampung	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar

		Lampung, Lampung 35122
25.	Kwetiau Assalam	Jl. Terusan P Bawean I, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
26.	Martabak Alfawwaz	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
27.	Master Chicken	Gang Delima Jl. Pulau Tegal No.5, Way Dadi, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
28.	Mie & Nasi Goreng Surabaya	Jl. Pulau Sebesi, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
29.	Mie Ayam Multi	Jl. Pulau Legundi, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
30.	Mie Ayam Pangsit 77	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
31.	Mitra Cake	Jl. Pulau Legundi No.132, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
32.	Ngopi Geh !	Jl. Endro Suratmin No.15, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133



33.	Par's Life	Jl. Endro Suratmin No.16, Way Dadi, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
34.	Pecel Lele "Bangkit Santoso"	Jl. Pulau Legundi No.235C, Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
35.	Pecel Lele Mamih Gembul	Jl. Endro Suratmin, Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
36.	Pecel Lele Mamih Gembul	Jl. Endro Suratmin, Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
37.	Pecel Lele Manggarai	Jl. Pulau Sebesi, Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
38.	Pempek Bunda Nur	Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
39.	Pondok Salero	Jl. Pulau Pisang, Harapan Jaya, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35137
40.	Restoran Ibu Ali	perumdam 3, Way Dadi, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
41.	Riz's Chicken Sukaramé	Sukaramé, Kec. Sukaramé, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131

42.	RM. Rawon Berkah Saudara	Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
43.	Roti Bakar Najwa	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
44.	Rumah Kue Aqila	Perumahan Grak Alam Blok E 16, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35122
45.	Sate Madura Cak Adi	Unnamed Road, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
46.	Towns Kebab	Jl. Pulau Sebesi, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
47.	Waroeng Makan Mas Moel	Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
48.	Waroenk Tropical	Jl. Pulau Legundi No.235, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133
49.	Warung Nasi Uduk Bu Kur	JL Endro Suratmin, RT 05 RW 06, Sukarame, Sukarame, Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131

50.	Zuela Kitchen	Jl. Karimun Jawa Gg. Wisma 3 No.1, Perumdam IV, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131
-----	---------------	--

*Sumber : Data Riset Penelitian Sukarama 2021*

### **C. Fokus Dan Subfokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini adalah analisi penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner prespektif ekonomi islam. Adapun subfokus dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM pada ekonomi digital antara lain pengalaman usaha, inovasi produk, dan strategi promosi. Dalam konteks ini adalah ekonomi digital bisa memberikan pemikiran dalam industri UMKM untuk mencetak wirausahawan-wirausahawan baru untuk bersaing dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarama Bandar Lampung?
2. Bagaiamankah Penerapan Ekonomi Digital Pada Pelaku Usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarama Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam?

### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarama Bandar Lampung.
2. Untuk Mengetahui Penerapan Ekonomi Digital Pada Pelaku Usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Sukarama Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan, pengalaman dan implementasi bagi akademis dengan mengacu pada sumber teori-teori yang ada terutama pada ilmu ekonomi islam pada umumnya dan pada khususnya dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian pada masa yang akan datang.
2. Secara praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi diri sendiri khususnya maupun untuk orang lain pada umumnya.
  - b. Untuk memberikan wawasan ekonomi digital kepada mahasiswa atau pembaca tentang pentingnya memiliki *skill* dalam menghadapi kehidupan diluar lingkungan pendidikan.
  - c. Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.
  - d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan atau pembendaharaan bacaan, menambah pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

1. Penelitian ini dilakukan oleh Latydia Carin, Selvina, Vina Melissa, Nico Pratama, Hendri, dan Christoffer, "Penggunaan Teknologi dalam Rangka Mengembangkan Usaha Kuliner di Tiban Centre". Tujuan penelitian ini adalah untuk menumbuhkan wawasan pengusaha kuliner dalam penggunaan aplikasi GoBiz membantu pengusaha kuliner di Tiban Center untuk mendaftarkan usahanya menjadi mitra Go-Food membuat pengusaha kuliner di Foodcourt Tiban Center lebih peka terhadap perkembangan

teknologi dan informasi yang ada. Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa, para pelaku bisnis terutama UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat mengambil kesempatan di era digital ini untuk memperluas jangkauan usaha agar memperoleh lebih banyak pelanggan sehingga keuntungan yang didapat juga semakin banyak. Hambatan yang mereka hadapi terletak pada kurangnya ilmu pengetahuan akan teknologi yang sedang berkembang saat ini.<sup>26</sup>

2. Penelitian ini dilakukan oleh Ismah, Suhendri dan Wiwik Kusdaryani, “Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha”. Tujuannya penelitian ini adalah untuk mengembangkan UMKM melalui platform digital yang pelaksanaannya berbasis literasi digital agar terwujud Kelurahan Kemijen yang edukatif dan kreatif. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan seminar kepada ibu-ibu PKK sebagai anggota Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan Kemijen kota Semarang untuk memahami cara mengembangkan UMKM dan mempromosikan produk di era digital secara online. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pengetahuan dan pemahaman anggota UMKM tentang bagaimana mengembangkan sikap mandiri dan kolaboratif serta cara menumbuhkembangkan minat berwirausaha.<sup>27</sup>
3. Penelitian ini dilakukan oleh Emi Suwarni, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, “Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis peluang dan hambatan Usaha Mikro dalam

---

<sup>26</sup>Carin, Melissa, and Pratama, “Penggunaan Teknologi Dalam Rangka Mengembangkan Usaha Kuliner Di Tiban Centre.”

<sup>27</sup>Ismah, Suhendri, and Wiwik Kusdaryani, “Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha” 1, no. 4 (2020): 174–81.

mengembangkan usaha di era ekonomi digital. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah usaha mikro di kota Palembang. Hambatan terbesar yang harus dihadapi adalah meningkatkan aksesibilitas dan kapabilitas usaha mikro untuk go-digital sehingga dapat menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan produk-produk asing yang ada di *e-commerce* Indonesia. Hal tersebut sangat penting mengingat sebagian besar usaha mikro berada di daerah pedesaan dengan akses internet yang masih terbatas dan banyak yang belum *digitalliteracy*. Apabila pelaku usaha mikro sudah mampu beradaptasi di era ekonomi digital, maka akan banyak peluang tercipta. Jika sebelumnya pelaku usaha mikro kesulitan menempatkan produknya di pasar, kini pelaku tersebut lebih mudah memasarkan produknya melalui *e-commerce* dan social media. Jangkauannya tidak hanya pasar domestik saja, melainkan juga pasar internasional atau setidaknya melintas ke pasar regional ASEAN.<sup>28</sup>

4. Penelitian ini dilakukan oleh Adelina Velti Mokolensang, Lyndon Reindhart Jacob Pangemanan, dan Sherly Gladys Jocom, “Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keuntungan teknologi informasi terhadap usaha kuliner di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara setelah menggunakan teknologi informasi berdampak positif untuk mempermudah pemasaran yang dapat meningkatkan produksi dari setiap usaha kuliner dan mengakibatkan

---

<sup>28</sup>Ibid.

pemilik usaha kuliner mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.<sup>29</sup>

5. Penelitian ini dilakukan oleh Aan Ansori, “Digitalisasi Ekonomi Syariah”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara mendalam alasan mengapa digitalisasi ekonomi syari’ah diperlukan dalam membangun perekonomian pada era globalisasi dengan teknologi informasi yang sangat berkembang cepat sehingga dunia pada genggaman, dengan gadget semua bisa dilakuakn tanpa ada batasan ruang dan waktu. Kesimpulan penelitian ini Layanan komunikasi data yang saling terkoneksi satu dengan yang lainnya dan saling bertukar transaksi disegala informasi baik bisnis maupun non bisnis yang menghasilkan deal-deal yang saling menguntungkan berdasarkan kaidah islam, tidak ada yang merasa dirugikan baik secara moril dan materi sehingga terjadi kesinambungan interkoneksi bisnis yang mampu membangkitkan gairah ekonomi bernuansa islami. Terbentuknya data dan informasi yang tersimpan pada icloud ataupun server database yang mampu menampung jutaan transaksi bisnis dan non bisnis, kemudian data yang diperoleh dijadikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan awal untuk melakukan bisnis, dimana putaran transaksi bisnis yang dilakukan tersebut menjadikan digitalisasi ekonomi syariah, jika transaksi bisnis tersebut berlandaskan pada aturan islam maka hasilnya otomatis menjadi syar’i.<sup>30</sup>

## H. Metode Penelitian

Steven Dukeshire & Jennifer Thurlow menyatakan bahwa  
*“research is the sytematic colletion and presentation of*

---

<sup>29</sup>Mokolensang et al., “Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara.”

<sup>30</sup>Aan Ansori, “Digitalisasi Ekonomi Syariah,” *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 1–18.

*information*”. Penelitian merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data dan mempersentasikan hasilnya. Selanjutnya Creswell menyatakan bahwa “*research methods involve the from data collection, analysis, an interpretation that research proposes for the studies*”.Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan interprestasi yang terkait dengan tujuan penelitian.<sup>31</sup>

## **1. Jenis Penelitian dan sifat penelitian**

### **a. Jenis penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan tempat penelitian.<sup>32</sup> Penelitian di lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian, yaitu data observasi, kuesioner dan wawancara yang berasal dari usaha Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Sukarame.

Selain lapangan penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. *Library Research* dilakukan dengan cara membaca, menelaah serta mencatat bahan dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, undang-undang, Al-Qur’an, al-Hadist serta literatur lainnya yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini.

### **b. Sifat Penelitian**

Berdasarkan sifatnya penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan dan melaporkan suatu objek penelitian dengan mengoperasikan antara teori dengan keadaan yang terjadi dilapangan, apakah ada kesenjangan atau

---

<sup>31</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, ed. Sutopo (Bandung: ALFABETA, 2019).

<sup>32</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 2012).



mungkin kesamaan antara teori dengan kenyataan di lapangan, kemudian dianalisis berdasarkan tujuan penelitian.

## 2. Sumber data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan data sebagai berikut:

### a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan, seperti halnya hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Atas dasar ketersediaan data yang dicari di lapangan, pelaksanaan pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan survei, observasi, percobaan/*experiment*.<sup>33</sup> Peneliti mendapatkan data/informasi langsung dari pihak yang bersangkutan yaitu pelaku usaha Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Kecamatan Sukarame Bandar Lampung yang diperoleh dari wawancara.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data berupa riset, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal, data badan pusat statistik, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang dimaksud.<sup>34</sup>

Data sekunder yang diperoleh peneliti dari Al-Qur'an, Hadis, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

---

<sup>33</sup>Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, ed. Yeskha (Yogyakarta: ANDI, 2017).

<sup>34</sup>Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: ALFABETA, 2012).

### 3. Populasi dan sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>35</sup> Adapun populasi dari penelitian ini adalah pelaku usaha Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Kecamatan Sukarame Bandar Lampung.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik *Probabilty Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dari teknik tersebut peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*.<sup>36</sup> Menurut Lincoln dan Guba penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*). Caranya yaitu, peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan.<sup>37</sup> Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar refresentatif (mewakili). Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Kecamatan Sukarame Bandar Lampung merupakan usaha yang berada dekat

---

<sup>35</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ed. Setiayawami (Bandung: ALFABETA, 2018).

<sup>36</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

<sup>37</sup>Ibid.

kampus yang dimana rata-rata konsumen/pelanggan yang hadir adalah mahasiswa yang berada di daerah tersebut.

#### **4. Teknik pengumpulan data**

##### **a. Interview (Wawancara)**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.<sup>38</sup> Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden kemudian responden menjawab secara bebas. Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pelaku usaha Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Kecamatan Sukarame Bandar Lampung.

##### **b. Observasi**

Observasi atau pengamatan proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi. Dalam melakukan observasi, peneliti mengamati situasi peneliti dengan cermat dan mencatat serta merekam semua hal yang ada diseperti objek penelitian yang berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari objek amatan.<sup>39</sup> Observasi yang penulis lakukan, yaitu dengan melihat keadaan pelaku usaha Geprek King, Geprek Mas Boy, Dan Ngopi Geh Kecamatan Sukarame Bandar Lampung.

---

<sup>38</sup>Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*.

<sup>39</sup>Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*.

## 5. Metode pengolahan data

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data, data dikelola dan dianalisis dengan beberapa cara :

### a. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Editing merupakan suatu kegiatan untuk melihat apakah data tersebut konsisten atau tidak. Karena dalam proses editing mengubah data menjadi sebuah kalimat yang penuh sehingga data tersebut dapat digunakan dalam keperluan proses berikutnya. Dari berbagai data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, maka peneliti akan mengetahui apakah data tersebut cukup akurat sehingga hal tersebut dapat dipertanggung jawabkan dan dijelaskan pemaparan penelitian ini.

### b. Sistematika Data (*Systematizing*)

*Systematizing* yaitu menetapkan data menurut kerangka sistematika bahwa berdasarkan urutan masalah. Data yang dikumpulkan peneliti akan mengurutkan data sesuai dengan permasalahan penelitian ini dan menyesuaikan dengan sistematika penulisan pedoman skripsi yang ada.

### c. Rekonstruksi data (*Reconstucting*)

Rekonstruksi data (*reconstucting*), yaitu menyusun ulang data secara teratur berulang, sehingga mudah dipahami.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, (Jakarta: PT.Asdi Mahastya, 2006), hal.136

## **I. Sistematik Penulisan**

Sistematika Penulisan Pada sistematika penulisan penelitian yang berjudul Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Bandar Lampung Prespektif Ekonomi Islam. Disusun dalam bentuk berikut ini:

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan orisinilitas, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

### **2. Bagian Substansi (Inti)**

#### **BAB I      PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka fikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II      LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian dan diambil dari beberapa kutipan (buku, jurnal, karya ilmiah lainnya, beserta Al-Qur'an dan Hadits) yang berupa pengertian, definisi, tujuan, hikmah, syarat, faktor-faktor, indikator dan lain sebagainya.

#### **BAB III      METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum wilayah penelitian dan penyajian fakta dan data penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
 Bab ini berisikan gambaran mengenai deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian dan analisis.

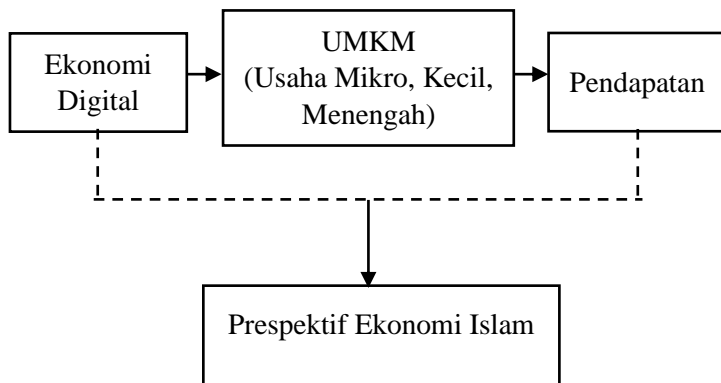
**BAB V PENUTUP**  
 Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti beserta rekomendasi.

### 3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.

## J. Kerangka Fikir

Dikatakan oleh Sugiyono bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.<sup>41</sup>



Keterangan : ————— = Secara langsung  
 - - - - - = Secara Tidak Langsung

---

<sup>41</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung : Penerbit Alfabeta, 2014), h. 128.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pendapatan**

##### **1. Pengertian Pendapatan**

Secara umum pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis atau dalam perhitungan akuntansi tidaklah asing, dalam perhitungan akuntansi pendapatan yang sudah dikurangi hutang, pengeluaran biaya-biaya lain dan pajak adalah suatu keuntungan atau laba bersih yang diterima.<sup>42</sup>

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. Penerimaan adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang di produksi.

Menurut Keynes pendapatan yaitu perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi tersebut menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah hasil dari

---

<sup>42</sup>Sri Mulyati, "Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Debitur PT. BPR Pundi Masyarakat Kota Batam)" 11, no. 1 (2017): 26–37.

penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki kepada sektor produksi.<sup>43</sup>

Konsep perhitungan pendapatan menurut Sukirno dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu :

- a. *Production approach* (pendekatan produksi), adalah menghitung seluruh nilai tambah produksi barang atau jasa yang dihasilkan dalam ukuran waktu tertentu.
- b. *Income approach* (pendekatan pendapatan), adalah menghitung seluruh nilai balas jasa yang diterima pemilik faktor produksi dalam ukuran waktu tertentu.
- c. *Expenditure approach* (pendekatan pengeluaran), adalah menghitung seluruh pengeluaran dalam kurun waktu tertentu.<sup>44</sup>

Swasta dan Irawan mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain:

- a. Kondisi dan kemampuan pedagang.
- b. Kondisi pasar.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup>Helmalia and Afrinawati, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang," *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 3, no. 2 (2018): 237–46.

<sup>44</sup>Kadek Arifini and Made Dwi Setyadhi Mustika, "Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 2, no. 6 (2013): 294–305.

<sup>45</sup>Setiaji and Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi."



- c. Modal.
- d. Kondisi organisasi penjualan.
- e. Transaksi jual beli yaitu mampu menyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekalipun memperoleh pendapatan yang diinginkan.
- f. Faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan.

Pendapatan bagi sejumlah pelaku ekonomi merupakan uang yang telah diterima oleh pelanggan dari perusahaan sebagai hasil penjualan barang dan jasa. Menurut Tohar Pendapatan juga di artikan sebagai jumlah penghasilan, baik dari perorangan maupun keluarga dalam bentuk uang yang diperolehnya dari jasa setiap bulan, atau dapat juga diartikan sebagai suatu keberhasilan usaha.<sup>46</sup>

## 2. Sumber Dan Jenis Pendapatan

Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan proses penyimpanan (*earning proces*). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk selesai. Sedangkan untuk perusahaan jasa, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain.

Adapun jenis – jenis pendapatan dari satu kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Pendapatan operasional Menurut Dyckman, Dukes dan Davis pada dasarnya pendapatan operasional timbul dari berbagai cara yaitu :
  - 1) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesai diproduksi.

---

<sup>46</sup>Arifini and Mustika, “Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung.”

- 2) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
  - 3) Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerja sama dengan para investor.
- b. Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain)

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan digolongkan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut sebagai pendapatan lain-lain. Pendapatan ini diterima perusahaan tidak kontiniu namun menunjang pendapatan operasional perusahaan. Dari timbulnya pendapatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan meliputi semua hasil yang diperoleh dari bisnis dan investasi.<sup>47</sup>

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

#### **a. Modal**

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.<sup>48</sup>

Modal Menurut Tambunan, modal adalah salah satu faktor paling penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Maka dari itu modal merupakan salah satu elemen penting yang harus mendapat perhatian oleh pelaku usaha dalam

---

<sup>47</sup>Valen A. Lumingkewas, "Pengakuan Pendapatan Dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut," *Journal of Chemical Information and Modeling* 1, no. 3 (2013): 199–206.

<sup>48</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012) Hal.90.

menjalankan kegiatan usahanya karena perannya dalam menunjang kegiatan usaha. Menurut Sukirno, modal dibedakan menjadi 2 macam, yaitu :

- 1) Modal tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam satu proses produksi tersebut.
- 2) Modal tidak tetap, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.<sup>49</sup>

b. Pengalaman

Ada beberapa hal juga untuk menentukan berpengalaman tidaknya seorang karyawan yang sekaligus sebagai indikator pengalaman kerja yaitu :

- 1) Lama waktu/ masa kerja ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas–tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik.
- 2) Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan oleh karyawan. Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan. Sedangkan keterampilan merujuk pada kemampuan fisik yang dibutuhkan untuk mencapai atau menjalankan suatu tugas atau pekerjaan.
- 3) Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan tingkat penguasaan seseorang dalam

---

<sup>49</sup>Yuniarum Fatin Laili and Achma Hendra Setiawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sntra Batik Di Kota Pekalongan,” *Journal Of Economics* 9, no. 4 (2020): 1–10.

pelaksanaan aspek-aspek teknik peralatan dan teknik pekerjaan.<sup>50</sup>

c. Pendidikan

Pendidikan berkenaan dengan pengembangan pengetahuan serta keahlian dan ketrampilan dari manusia maupun tenaga kerja dalam proses pembangunan. Berhubung dengan kontribusinya yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi, maka pendidikan dikatakan sebagai modal manusia (*human capital*), dan pengeluaran terhadap pendidikan penduduk disebut sebagai investasi dalam modal manusia (*investment on human capital*).<sup>51</sup>

d. Keberlanjutan Usaha

Pertumbuhan bisnis dan cara mengukurnya biasanya didefinisikan dan diukur dengan menggunakan *absolute* atau *relative*, perubahan dalam penjualan, aset, kerja, produktifitas, keuntungan. Tahap ini sangat penting untuk kelangsungan pertumbuhan perusahaan dan kesuksesan UMKM. Perubahan tingkat bisnis dapat diukur dari tiga hal yakni dari segi keuangan, pertumbuhan strategis, dan structural. Pemilik bisnis harus mempertimbangkan semua dari ketiga strategi tersebut ketika akan merencanakan pertumbuhan dari bisnisnya.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup>Karof Alfentino Lamia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Nelayan Kecamatan Tumpaan, Kabupaten Minahasa Selatan," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2013): 1748–59.

<sup>51</sup>Anak Agung Ngurah Gede Maheswara, Nyoman Djinar Setiawina, and Ida Ayu Nyoman Saskara, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Ukm Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5, no. 12 (2016): 4271–98.

<sup>52</sup>Bekti Kumalasari and Nadia Asandimitra, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kinerja UMKM Di Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7, no. 3 (2019): 784–95.

e. Lokasi Usaha

Pemilihan letak lokasi perdagangan harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi memenangkan kompetisi yaitu memilih lokasi yang strategis sebab pedagang dengan lokasi strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis.<sup>53</sup>

f. Tenaga Kerja

Berdasarkan Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Pengertian lain dari tenaga kerja menurut Sumarsono mengungkapkan bahwa tenaga kerja adalah kelompok penduduk dalam usia kerja (15-64 tahun).<sup>54</sup>

g. Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi. Hal ini memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas. Disamping itu biaya

---

<sup>53</sup>Dewa Made Aris Artaman, Ni Nyoman Yuliarini, and I Ketut Djayastra, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 2 (2015): 87–105.

<sup>54</sup>Laili and Setiawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sntra Batik Di Kota Pekalongan."

transaksi juga bisa diturunkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TIK bagi UMKM menjadi penting dalam rangka peningkatan daya saing di pasar global.<sup>55</sup>

## **B. Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut UU Nomor 99 tahun 1998, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat.<sup>56</sup>

### **2. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria kriteria sebagai berikut:

- a. Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

---

<sup>55</sup>Mizan Asnawi and Anggraini Anggraini, "Faktor Pengaruh usaha Bidang Kuliner Terhadap Umkm Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Al-Amwal* 8, no. 2 (2019): 111–25.

<sup>56</sup>Rawis, Panelewen, and Mirah, "Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru)."

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 ( dua milyar lima ratus juta rupiah).<sup>57</sup>
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup>Helmalia and Afrinawati, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang."

<sup>58</sup>Ibid.

### 3. Peranan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Peran UMKM dalam pembangunan dapat di lihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a. keterlibatan UMKM terhadap pembentukan pendapatan per kapita.
- b. keterlibatan UMKM dalam pembentukan PDRB
- c. keterlibatan UMKM dalam pembentukan pertumbuhan ekonomi daerah (*growth*). Dalam kaitan ini dari sisi permintaan (*demand-side effect*) peningkatan pendapatan per kapita, PDRB, dan pertumbuhan ekonomi dapat memunculkan dampak positif dan negatif (*positive-negative demand-side effect*) terhadap perkembangan UMKM.<sup>59</sup>

### 4. Kekuatan Dan Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

#### a. Kekuatan UMKM

UMKM memiliki kekuatan diantaranya :

- 1) Mengembangkan kreativitas usaha baru dan sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- 2) Melakukan inovasi.
- 3) Kebergantungan usaha besar terhadap usaha kecil.
- 4) Daya tahan usaha.<sup>60</sup>

#### b. Kelemahan UMKM

Kelemahan UMKM sebagai berikut :

- 1) Bidang manajemen.

---

<sup>59</sup>Ahmad Rifa'i, "Peran Umkm Dalam Pembangunan Daerah: Fakta Di Provinsi Lampung," *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 1, no. 2 (2010): 133–44.

<sup>60</sup>Amanda Mastisia Rakanita, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karangsari Kecamatan Karantengah Kabupaten Demak," *Jurnal EKBIS*, no. 2 (2019): 1280–89.



- 2) Organisasi.
- 3) Teknologi.
- 4) Permodalan.
- 5) Operasional dan teknis di lapangan.
- 6) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- 7) Kendala perizinan, serta biaya-biaya non-teknis di lapangan yang sulit untuk dihindarkan.<sup>61</sup>

## C. Kuliner

### 1. Pengertian Kuliner

Pengertian kuliner adalah sebagai sesuatu yang berhubungan dengan, atau tersambung dengan, memasak atau dapur. Suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Tapi sebenarnya, kata kuliner belum terlalu akrab pada telinga masyarakat kita. Masih banyak masyarakat yang belum tahu akan arti sebenarnya dari kata kuliner tersebut. Untuk sebagian masyarakat, secara harafiah kuliner diartikan pula sebagai makanan. Hanya sedikit orang yang mengetahui lebih dalam apa yang dimaksud dengan kuliner. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa kuliner merupakan segala sesuatu yang berkaitan atau berhubungan dengan dunia memasak. Ini tentulah sebuah pengertian yang sangat luas. Kuliner tak hanya terkait dengan makanan hasil olahan dapur rumah tangga

---

<sup>61</sup>Sri Maulida and Ahmad Yunani, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 181–97.

saja, tapi juga telah berkembang kepada industri peralatan dapur, industri makanan olahan yang melayani kebutuhan rumah tangga hingga kebutuhan industri seperti restoran, katering, bakery dan pariwisata.<sup>62</sup>

Makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling utama. Makanan yang dimakan oleh manusia dapat menghasilkan energi dan tenaga yang dapat menjaga kelangsungan hidup dan aktivitas fisik serta dapat membentuk tubuh manusia. Makanan menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia, selain untuk menghasilkan tenaga dan menjaga kelangsungan hidupnya, makanan merupakan bagian dari kehidupan sosial budaya. Menurut Tirtawinata, makanan lezat yang dihidangkan dapat mengungkapkan rasa syukur, kasih sayang, dan rasa gembira.<sup>63</sup>

## D. Ekonomi Digital

### 1. Definisi Ekonomi Digital

Definisi *Digital Economy* versi *Encarta Dictionary* adalah “*Business transactions on the Internet: the marketplace that exists on the Internet*“. Pengertian *Digital Economy* lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Pengertian yang lebih luas dari sekedar transaksi atau pasar adalah *New Economy* yang menurut PC Magazine adalah “*The impact of information technology on the economy*“. Pengertiannya lebih menonjolkan pada penerapan teknologi informasi pada bidang ekonomi.<sup>64</sup>

Konsep mengenai ekonomi digital pertama kali diperkenalkan Tapscott, menjelaskan sebuah sosiopolitik

---

<sup>62</sup>Lisna Adela, “Taman Wisata Kuliner Pontianak,” *Jurnal Online Mahasiswa SI Arsitektur UNTAN* 7 (2019): 39–46.

<sup>63</sup>Eka Sakti Habibullah, “Etika Konsumsi Dalam Islam,” *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM ETIKA* 1, no. 1 (2018): 90–102.

<sup>64</sup>Suwarni, Sedyastuti, and Mirza, “Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital.”

dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen informasi dan pemrosesan informasi dan kapasitas komunikasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah industri TIK, *aktivitas e-commerce* antarperusahaan dan individu, distribusi digital barang-barang dan jasa-jasa, dukungan pada penjualan-penjualan barang-barang terutama sistem dan jasa-jasa yang menggunakan internet.<sup>65</sup>

Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman *“the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange”* yang artinya aktivitas yang dilakukan mirip dengan versi aslinya di mana bisnis sebenarnya berada dilakukan, nilai dibuat dan dipertukarkan, terjadi transaksi, dan satu ke satu hubungan menjadi matang dengan menggunakan inisiatif internet sebagai alat tukar. Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global.<sup>66</sup>

*Schumpeter in his work, Theory of Economic Development, he pointed to the boundaries of the concepts of "economic growth" and "economic development". According to Schumpeter, the development of the economy is a special form of organization of scientific advances that ensures competitive advantage and technological advancement.*

---

<sup>65</sup>Ibid.

<sup>66</sup>Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2019, 1–11.

*Schumpeter refers to entrepreneurs who have the necessary skills and knowledge to be the key subjects of innovation. We can say that Mr. Schumpeter based his theory logically on the idea that economic development is the basis of human capital, especially human capital without ideas of innovation and innovation. G. Becker, Based on Schumpeter theories, we can conclude that the high level of human capital and human potential determines the development of an innovative economy based on digital technology and knowledge.*<sup>67</sup>

Arti dari kalimat tersebut adalah dalam karyanya Schumpeter *Theory of Economic Development*, ia menunjuk pada batasan konsep pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi. Menurut Schumpeter, perkembangan ekonomi adalah bentuk khusus dari organisasi kemajuan ilmiah yang menjamin keunggulan kompetitif dan kemajuan teknologi. Schumpeter mengacu pada wirausahawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi subjek kunci inovasi. Dapat dikatakan bahwa Bapak Schumpeter mendasarkan teorinya secara logis pada gagasan bahwa pembangunan ekonomi adalah basis dari modal manusia, terutama modal manusia tanpa ide inovasi dan inovasi. G. Becker, Berdasarkan teori Schumpeter menyimpulkan bahwa tingginya sumber daya manusia dan potensi manusia menentukan perkembangan ekonomi inovatif berbasis teknologi dan pengetahuan digital.

## **2. Kekuatan Dan Kekurangan Ekonomi Digital**

### **a. Kekuatan Ekonomi Digital**

*E-entrepreneurship* atau dapat disebut wirausaha berbasis teknologi memiliki banyak kelebihan dalam

---

<sup>67</sup>Gulnora Abdurakhmanova et al., "The Role of the Digital Economy in the Development of the Human Capital Market," *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* 24, no. 7 (2020): 8043–51.

efisiensi selama kegiatan usaha berlangsung. Adanya peran internet di dalam *E-entrepreneurship* menjadikan usaha dapat lebih inovatif dan kreatif terutama dalam hal pemasaran produk dengan *e-commerce*. Ditambah adanya peran media sosial seperti *line*, *Instagram*, dsb dapat menjadikan stimulus pemasaran usaha. Keunggulan lain adanya peran media sosial adalah wirausahawan dapat secara langsung menanggapi kritik dan saran terkait produk yang dipasarkan sehingga mempermudah evaluasi. Adapun beberapa pengaruh internet dalam keberlangsungan *E-entrepreneurship* adalah sebagai berikut. Menurut Onggo ada beberapa hal :

1. Internet meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Internet membantu dalam networking dan penjualan.
3. Internet mempermudah transaksi pembayaran.
4. Internet membantu pemasaran produk.
5. Internet membantu perekrutan tenaga kerja kompeten.

Melihat tren penggunaan teknologi di Indonesia yang terus meningkat, keberlangsungan *E-entrepreneurship* tersebut diharapkan mampu memicu wirausahawan baru dalam merintis usaha. Dengan demikian, wirausaha yang ada di Indonesia mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kearah positif.

#### b. Kekurangan Ekonomi Digital

Menurut Latief Kesiapan sumberdaya manusia (SDM) di Indonesia dalam mencapai target perkembangan ekonomi masih banyak memiliki kendala. Indonesia masih kekurangan sumberdaya manusia (SDM) yang kompeten dalam pemenuhan target tersebut. Kesiapan SDM menjadi masalah serius dalam mewujudkan misi ekonomi digital sebab dalam praktiknya, aktivitas perekonomian digital didominasi oleh kinerja brainware (SDM) dan teknologi. Khususnya dalam bidang entrepreneur,

Indonesia masih kekurangan jumlah wirausaha. Menurut Kotler dan Armstrong ada beberapa kekurangan ekonomi digital :

1. Kelemahan Kurangnya pemahaman dan pengalaman pelaku UKM dalam menggunakan teknologi digital menghambat pengembangan usaha, mulai dari rendahnya penguasaan hardware hingga software ataupun aplikasi.
2. Infrastruktur informasi dan teknologi belum memadai, khususnya di daerah pedesaan.
3. Kebanyakan pelaku usaha mikro masih terkendala dalam hal permodalan.
4. Ketidakstabilan kualitas produk.
5. Margin bisnis cenderung rendah mengingat persaingan yang tinggi baik di pasar offline maupun online.

### 3. *Platform Ekonomi*

Revolusi *Platform* pada dunia industri memberikan arahan yang jelas terhadap perkembangan ekonomi dan sosial yang paling penting saat ini, yaitu bangkitnya *platform* sebagai model bisnis dan organisasi. Model platform ini mendasari keberhasilan banyak perusahaan yang paling besar, berkembang paling cepat, dan yang paling kuat saat ini, mulai dari *Google*, *Amazon*, dan *Microsoft* hingga *Uber*, *Airbnb*, dan *eBay*. Terlebih lagi, *platform* mulai mengubah berbagai arena ekonomi dan sosial lainnya, dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi dan pemerintah.<sup>68</sup>

### 4. *E-Commerce*

*Electronic Commerce* (perniagaan elektronik) merupakan bagian dari *electronic business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*).

---

<sup>68</sup>Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia."

Definisi global tentang *E-Commerce* adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik.<sup>69</sup>

## 5. *E-Money*

*E-Money* atau uang digital adalah wujud lain mata uang yang dikenal selama ini. Meskipun perbedaan antara *E-Money* dengan uang konvensional sangat terlihat jelas, tidak terdapat perbedaan nilai tukar antara *E-Money* dengan uang konvensional. Perbedaan *E-Money* dengan uang konvensional yaitu fleksibilitas serta aksesibilitas *E-Money* yang tidak ada batasan. Hal ini karena basis dalam transaksi *E-Money* adalah menggunakan sistem yang tersambung secara online serta orang yang bertransaksi tidak harus bertemu.<sup>70</sup>

## 6. Aplikasi Pembayaran Digital

### a. OVO

OVO adalah sebuah aplikasi Smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash). Pengguna juga bisa untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO Points adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di merchant merchant rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan OVO. OVO

---

<sup>69</sup>Jaidan Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan E-Commerce," 2010, 1–12.

<sup>70</sup>Friti Anifa et al., "Tingkat Kemudahan Dan Manfaat Pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna Di Indonesia," *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2020): 37–49.

Menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa uang cash terlalu banyak.

b. GO-PAY

*Chief Marketing Officer* Go-Jek Indonesia, Piotr Jakubowski, mengatakan, *GO-PAY* adalah layanan dompet elektronik Go-Jek. *GO-PAY* adalah sebuah metode pembayaran yang ditawarkan gojek melalui aplikasinya, pengguna tidak perlu lagi membayar uang tunai kepada driver. *GO-PAY* biasa digunakan untuk semua jenis layanan Go-Jek mulai dari jasa ojek online atau Go-Ride, Go-Food, hingga Go-Mart. Go-Jek juga memiliki layanan pembelian pulsa atau Go-Pulsa, layanan pijat oleh tukang pijat profesional atau *Go-Massage*, layanan pembersihan rumah atau *Go-Clean*, layanan pemesanan tiket mulai dari tiket konser hingga nonton *Go-Tick*, layanan perawatan kendaraan bermotor atau *Go-Auto* dan beberapa layanan lainnya, agar bias menggunakan *GO-PAY* perlu melakukan top-up terlebih dahulu, ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengisi saldo *GO-PAY* yaitu melalui ATM, minimarket, Alfamart dan melalui driver.

c. Dana

DANA atau dompet digital Indonesia merupakan layanan pembayaran digital berbasis aplikasi yang mana aplikasinya telah tersedia untuk platform android melalui *Google Play Store* maupun platform *iOS* melalui *App Store*. Dengan menggunakan aplikasi ini para pengguna melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, mulai dari membeli pulsa, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air hingga BPJS), membeli *voucher Google Play*, membayar cicilan, dan berbelanja secara online. Platform DANA menawarkan beberapa keunggulan, termasuk salah satunya adalah layanan



dan dukungan transaksi yang sangat lengkap di dalamnya.<sup>71</sup>

## 7. Digital Marketing

Digital Marketing Menurut Sawicky mengartikan digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif.<sup>72</sup>

a. Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- 1) Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan.
- 2) Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai.
- 3) Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional.
- 4) Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis.
- 5) Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu.
- 6) Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online.
- 7) Kampanya bisa dipersonalisasi.
- 8) Bisa melakukan engagement atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha

---

<sup>71</sup>Jefry Tarantang et al., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia,” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75.

<sup>72</sup>Fajrin Purnomo, “Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura,” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 55–61.

- membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.<sup>73</sup>
- b. Di sisi lain, digital marketing pun memiliki kelemahan, di antaranya:
- 1) Mudah ditiru oleh pesaing.
  - 2) Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab.
  - 3) Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif.
  - 4) Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.<sup>74</sup>

## 8. Perkembangan Ekonomi Digital

Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia selain disebabkan oleh pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan juga tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.<sup>75</sup>

Perkembangan teknologi saat ini akan mempengaruhi bidang-bidang lain termasuk bidang ekonomi. Para pelaku ekonomi seperti pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus beradaptasi dan menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya.<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup>Mohamad Trio Febriyantor and Debby Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1, no. 2 (2018): 62–76.

<sup>74</sup>Juli Sulaksono and Nizar Zakaria, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri," *Generation Journal* 4, no. 1 (2020): 41–47.

<sup>75</sup>Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia."

<sup>76</sup>Nyayu Azilani, Yugo Adibrata, and Yehuda Clement, "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan Untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)" 1 (2012): 1–7.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (*engage*) calon konsumen.<sup>77</sup>

#### **E. Keuntungan Prespektif Ekonomi Islam**

Dalam Al Qur'an, banyak ayat-ayat yang menyinggung tentang keuntungan baik yang berkaitan dengan perniagaan (bisnis) ataupun yang berkaitan dengan tata cara perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Pembahasan yang berkaitan dengan keuntungan dalam Al-Qur'an tidak dikhususkan untuk perniagaan, namun lebih banyak ditujukan kepada manusia sebagai individu.

Berkaitan dengan hal ini, M. Quraish Shihab menyatakan, ungkapan di sisi Allah terdapat kesudahan yang baik, menegaskan bahwa sejatinya pandangan seseorang haruslah melampaui batas masa kini dan masa depannya yang dekat, menuju masa depan yang jauh. Visi masa depan yang jauh merupakan etika pertama dan utama dalam setiap aktivitas, sehingga pelakunya tidak sekedar mengejar keuntungan sementara atau sesuatu yang bersifat temporer karena segera habis. Al-Qur'an juga mengingatkan, sukses yang diperoleh mereka yang

---

<sup>77</sup>Febriyantoro and Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean."

berpandangan dekat bisa saja melahirkan penyesalan di akhir kelak.

Berkaitan dengan ini, firman Allah berikut ini layak untuk direnungkan, sebagaimana terdapat pada QS. Al-Isra' Ayat 18-19:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَّلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَدْحُورًا ۝ ١٨ وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا ۝ ١٩

*“Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), maka Kami segerakan baginya di dunia itu apa yang kami kehendaki bagi orang yang kami kehendaki dan Kami tentukan baginya neraka jahannam; ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir. Dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik”.* (Q.S. Al Isra' : 18-19)

Ayat di atas mengajarkan kepada manusia, tentang pentingnya visi masa depan. Visi yang sejatinya akan diwujudkannya karena visi itulah yang menjadi impiannya dalam hidup. Karena sifatnya yang jauh ke depan, mewujudkan visi tentu saja membutuhkan waktu yang relatif panjang dan karena itulah kesabaran untuk memperjuangkannya menjadi sebuah keniscayaan. Dalam realitas kehidupan ada manusia yang memang menghabiskan kesenangannya di muka bumi. Ia akan memperturutkan semua hawa nafsunya, seolah apa yang diinginkannya memang harus dipenuhi saat itu juga. Dengan kata lain, ia tidak menyisakan sedikitpun kesenangannya untuk masa depan. Orang yang memiliki

visi akan rela menunda kesenangannya saat ini untuk hari esok.<sup>78</sup>

## **F. Prinsip Dasar Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam**

Agar keuntungan yang ingin diraih dapat menambah kebaikan baik bagi pelaku bisnis itu sendiri atau pun lingkungan sekitarnya, maka praktik bisnis mesti mengacu prinsip-prinsip dasar yang mencerminkan nilai-nilai luhur yang universal. Setidaknya terdapat lima prinsip dasar sebagai berikut :

### **1. Prinsip Tauhid**

Sebagaimana yang telah dijelaskan, bahwa tauhid atau akidah merupakan fondasi fundamental ajaran Islam. Pada intinya bahwa prinsip ini menegaskan bahwa Allah adalah pemilik sejati seluruh yang ada di alam semesta ini. Allah tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia dan manusia diciptakan hanya untuk beribadah kepada-Nya.<sup>79</sup> Oleh karena itu, pelaksanaan bisnis seharusnya didasarkan pada konsep penyerahan diri dan menyakini bahwa semua yang diperjual belikan dalam bisnis hanyalah milik Allah semata, melaksanakan bisnis berbasis ibadah.

### **2. Prinsip Keadilan**

Allah adalah Sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini, dan 'adl (keadilan) merupakan salah satu sifat-Nya. Allah menganggap semua manusia itu sama (egalitarianism) di hadapan-Nya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi pembeda bagi-Nya hanya tingkat ketaqwaan setiap individunya. Prinsip ini mengajarkan manusia agar dapat berlaku adil dalam segala hal, terutama dalam konteks bisnis.

---

<sup>78</sup>Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*.

<sup>79</sup>Abdurrahman Alfaqih, "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 24, no. 3 (2017): 448–66.

### 3. Prinsip *Nubuwwah* (Kenabian)

Prinsip ini menegaskan bahwa Nabi Muhammad merupakan model yang ideal dalam segala perilaku, termasuk juga perilaku bisnis yang seyogyanya dapat diteladani serta diimplementasikan oleh setiap manusia, khususnya para pelaku bisnis. Sehingga tidak heran jika ia memiliki 4 (empat) sifat yang sering dijadikan landasan dalam aktivitas manusia sehari-hari termasuk juga dalam aktivitas bisnis karena selain bidang leadership ia juga sangat berpengalaman dalam bidang perdagangan. Empat sifat tersebut adalah:

- a. *Shiddiq* (benar, jujur, valid). Sifat shiddiq ini akan muncul konsep efektivitas dan efisiensi. Efektivitas dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang tepat (*on time*) dan benar (*all right*), sedangkan efisiensi adalah melakukan aktivitas dengan benar dan hemat, maksudnya menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran.
- b. *Amanah* (*responsibility*, dapat dipercaya, kredibilitas). Sifat ini dapat membentuk pribadi yang kredibel dan memiliki sikap penuh tanggung jawab. Sifat amanah memiliki posisi yang fundamental dalam aktivitas bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab dalam berperilaku, maka kehidupan bisnis menjadi tidak stabil.<sup>80</sup>
- c. *Fathanah* (kecerdasan, kebijaksanaan, profesionalitas, intelektualitas). Implikasi sifat ini dalam aktivitas bisnis adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu atau kecerdasan, dan optimalisasi semua potensi akal (*al-'aqlu*) yang ada untuk mencapai tujuan (*goal*). Memiliki kredibilitas dan *responsibility* yang tinggi saja belum cukup dalam menjalankan kehidupan berbisnis. Tetapi apabila dilengkapi dengan akal cerdas dan sikap

---

<sup>80</sup>Ibid.

profesionalitas yang mumpuni maka hal ini akan lebih mudah dalam menjalankannya (konsep “*work hard and smart*”).

- d. *Tabligh* (komunikatif, transparansi, *marketeble*). Sifat *tabligh* dalam bisnis menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal, interpersonal), seperti penjualan, pemasaran, periklanan, pembentukan opini masa, dan lain sebagainya yang dilakukan dengan benar dan proporsional.
4. Prinsip *Khilafah*

Merupakan representasi bahwa manusia adalah pemimpin (*khalifah*) di dunia ini dengan dianugerahi seperangkat potensi mental dan spiritual oleh Allah SWT, serta disediakan kelengkapan sumber daya alam atau materi yang dapat dimanfaatkan dalam rangka untuk sustainabilitas atau keberlangsungan hidupnya. Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (*mu'amalah*) antar pelaku bisnis, agar dapat meminimalisir kekacauan, persengketaan, dan keributan dalam aktivitas mereka.<sup>81</sup>

5. Prinsip *Ma'ad* (Hasil)

Prinsip ini mengajarkan bahwa pada dasarnya manusia diciptakan di dunia ini untuk berjuang dan bekerja. Dalam perspektif Islam, dunia adalah ladang akhirat, maksudnya dunia merupakan tempat bagi manusia untuk mencari bekal dengan bekerja, beraktivitas, dan beramal baik. Pada prinsipnya perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan, dan demikian juga sebaliknya. Oleh karena itu, *ma'ad* bermakna balasan, imbalan, ganjaran. Menurut Imam Al-Gazhali implikasi konsep *ma'ad* dalam kehidupan bisnis misalnya, mendapatkan profit/laba sebagai motivasi para pelaku bisnis. Laba tersebut bisa didapatkan di dunia dan bisa juga kelak akan diterima di

---

<sup>81</sup>Ibid.

akhirat. Karena itu konsep profit/laba mendapatkan legitimasi dalam Islam.<sup>82</sup>

### G. Kuliner Dalam Prespektif Islam

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Menurut Septiana Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam sendi kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, terkadang konsumsi yang dimaksud adalah tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan akan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum.<sup>83</sup>

Menurut Manan dalam norma Islam untuk memenuhi kebutuhan manusia secara hirarki meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam mengajarkan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*).

Banyak norma-norma yang penting yang berkaitan dengan larangan dalam konsumsi, di antaranya ishrاف dan tabdzir, yang juga berkaitan dengan anjuran berinfak Sebagaimana Allah Swt berfirman, Q.S At-Talaq Ayat 7 :

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا ءَاتَاهُ اللَّهُ لَا يَكْلِفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَآ ءَاتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ۝ ٧

*“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. Dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan”.* (Q.S At Talaq Ayat 7)

<sup>82</sup>Ibid.

<sup>83</sup>Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam,” *Dinar* 1, no. 2 (2015): 1–18.



Tafsir ayat tersebut menjelaskan (Hendaklah memberikan nafkah) kepada istri-istri yang telah ditalak, dan kepada istri-istri yang sedang menyusukan (orang yang mampu menurut kemampuannya. Dan orang yang dibatasi) disempitkan (rezekinya hendaklah memberi nafkah dari apa yang didatangkan kepadanya) yaitu dari rezeki yang telah diberikan kepadanya (oleh Allah) sesuai dengan kemampuannya. (Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan) dan ternyata Allah memberikan kelapangan itu melalui kemenangan-kemenangan yang dialami oleh kaum muslimin.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Menurut Ahmed menyatakan bahwa keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual, yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar.

Menurut Kahf ada tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi yaitu:

- a. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau berproduksi akan didominasi 3 motif utama masalah, kebutuhan, dan kewajiban.<sup>84</sup>
- b. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya 3 hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, *rasionalisme materialisme*), dan keinginan yang bersifat individualistik.

---

<sup>84</sup>Ibid.

- c. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*), ego, keinginan, dan rasionalisme.<sup>85</sup>

## H. E-commerce Dalam Prespektif Ekonomi Islam

### 1. Transaksi Online (*E-Commerce*) Dalam Islam

Dalam Islam Ajaran fundamental Islam berasal dari empat sumber Al-Quran dan Sunnah, analogi (*qiyas*), dan konsensus ulama' (*ijma*). Al-Quran memandang kehidupan manusia sebagai proses yang berkesinambungan. Seseorang harus bekerja untuk sukses dan kenyamanan tidak hanya untuk dunia ini tetapi juga untuk akhirat. Oleh karena itu, Al-Quran tidak hanya mengizinkan manusia untuk terlibat dalam segala macam pekerjaan produktif (seperti bisnis), tetapi juga berbagai kewajiban umat Islam.<sup>86</sup>

Dalam konsep bisnis Islam, umat Islam harus sangat setia dan takut akan Allah dalam setiap jenis usaha atau perdagangan. Sebagaimana Allah Swt berfirman, Q.S Al Baqarah Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat),*

<sup>85</sup>Ibid.

<sup>86</sup>Muhammad Majdy Amiruddin, “Khiyār (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalara Dan Blibli,” *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2016): 47–62.

*sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*(Q.S Al Baqarah Ayat 275)

Tafsir ayat dia atas dijelaskan Allah memusnahkan harta yang diperoleh dari hasil praktik riba sedikit demi sedikit sampai akhirnya habis, atau menghilangkan keberkahannya sehingga tidak bermanfaat dan menyuburkan sedekah yakni dengan mengembangkan dan menambahkan harta yang disedekahkan, serta memberikan keberkahan harta, ketenangan jiwa dan ketenteraman hidup bagi pemberi dan penerima. Allah tidak menyukai dan tidak mencurahkan rahmat-Nya kepada setiap orang yang tetap dalam kekafiran karena mempersamakan riba dengan jual beli dengan disertai penolakan terhadap ketetapan Allah, dan tidak mensyukuri kelebihan nikmat yang mereka dapatkan, bahkan menggunakannya untuk menindas dan mengeksploitasi kelemahan orang lain, dan Allah tidak menyukai setiap orang yang bergelimang dosa karena praktik riba tidak hanya merugikan satu orang saja, tetapi dapat meruntuhkan perekonomian yang dapat merugikan seluruh warga masyarakat.<sup>87</sup>

## 2. Hukum *E-commerce* Dalam Islam

Secara umum, Al-Quran mengungkapkan dua persyaratan untuk keabsahan transaksi yang diberikan yaitu, dibolehkan dan tidak berbahaya. Kebolehan

---

<sup>87</sup>Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*.

berarti bahwa komoditas dan layanan tersebut harus diperbolehkan oleh Syariah (hukum Islam) sementara tidak berbahaya berarti bahwa komoditas atau layanan tidak harus berbahaya bagi pihak-pihak tertentu atau masyarakat umum. Oleh karena itu, terlepas dari apakah transaksi tersebut dilakukan dalam perdagangan tradisional atau elektronik, kedua prasyarat di atas harus dipenuhi oleh semua pelaku transaksi. Sejak *e-commerce* dilakukan, layanan berbasis computer dan internet menjadi poin yang fundamental.

Ustadz Mustafa Omar, beliau menyebutkan bahwa konsep perdagangan dalam Islam secara umum tidak bertentangan *e-commerce* bahkan mendorong *e-commerce* sebagai salah satu cara baru melakukan bisnis. Dijelaskan pula bahwa secara tradisional, bisnis dilakukan secara lisan tatap muka tetapi hari kedua pihak kontraktor yang terhubung bersama-sama melalui komputer. Namun, Hussin menambahkan bahwa apa yang banyak dari persetujuan dalam melakukan *e-commerce* adalah perspektif moral yang mengarah ke pedagang lebih akuntabel dan bertanggung jawab. Dengan demikian, beberapa isu-isu Syariah dapat direferensikan sambil membahas beberapa hal yang terkait dengan prinsip-prinsip etika dalam bisnis syariah.<sup>88</sup>

Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai atau disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Menurut para Ulama, Salam dapat didefinisikan sebagai transaksi atau akad jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada ketika transaksi dilakukan,

---

<sup>88</sup>Amiruddin, “*Khīyār (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalara Dan Blibli.*”

dan pembeli melakukan pembayaran dimuka sedangkan penyerahan barang baru dilakukan di kemudian hari.<sup>89</sup>

Pelaksanaan *As-Salam* dalam jual beli yaitu barang yang disifati (dengan kriteria tertentu/spek tertentu) dalam tanggungan (penjual) dengan pembayaran kontan dimajlis akad. Dengan istilah lain, bai'us salam adalah akad pemesanan suatu barang dengan kriteria yang telah disepakati dan dengan pembayaran tunai pada saat akad berlangsung. Dengan demikian, bai'us salam memiliki kriteria khusus bila dibandingkan dengan jenis jual beli lainnya, diantaranya:

- a. Pembayaran dilakukan didepan (kontan di tempat akad), oleh karena itu jual beli ini dinamakan juga *As-Salaf*.
- b. Serah terima barang ditunda sampai waktu yang telah ditentukan dalam majlis akad. Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual-beli dan akad *As-Salam*, hal ini diperbolehkan dalam Islam.

Bisnis Online dinyatakan haram apabila:

- a. Sistemnya haram, seperti *money gambling*. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (*online*)
- b. Barang/jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan.
- c. Karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.
- d. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Hukum dasar dari muammalah menurut Islam, bisnis Online dihukumi dibolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya. Ada dua jenis komoditi yang dijadikan objek transaksi online, yaitu barang atau jasa bukan

---

<sup>89</sup>Rutno Hadiana and Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam," 2016, 41-53.

digital dan digital. Transaksi online untuk komoditi bukan digital, pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disifati ketika bertransaksi. Sedangkan komoditi digital seperti *ebook*, *software*, *script*, data, dll yang masih dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui email ataupun download. Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi seperti transaksi jual beli biasa.<sup>90</sup>

Dalam Islam kita juga diajarkan berbisnis yang baik dan benar, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S An Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An Nisa : 29).*

Ayat di atas menjelaskan laranga Allah Swt mengkonsumsi harta dengan cara-cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani diterjemahkan ma laisa bihaqqin (segala apa yang tidak benar (hak). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat di atas, sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara'.<sup>91</sup> Adapun perdagangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur MAGHRIB yang merupakan singkatan dari maisir, gharar, riba dan batil itu sendiri.

---

<sup>90</sup>Ibid.

<sup>91</sup>Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*.

lebih luas dari itu perbuatan yang melanggar nash-nash syari', juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.<sup>92</sup>

### 3. Pandangan Madzhab Asy-Syafi'i Terhadap Praktik *E-commerce*

Rukun jual beli dalam Madzhab Asy-Syafi'i hanya mencakup 3 (tiga) hal yaitu pihak yang mengadakan akad, *shigat* (ijab qabul) dan barang yang menjadi objek akad. Namun beberapa ahli fiqih madzhab membolehkan jual beli tanpa mengucapkan *shigat* apabila dalam hal barang yang tidaklah mahal dan berharga. Menurut jumhur ulama dari kalangan sahabat dan *tabi'in* jual beli yang tidak dapat disaksikan langsung, jual belinya tidak sah karena mengandung unsur penipuan yang membahayakan salah satu pihak. Namun madzhab Asy-Syafi'i membolehkan jual beli tersebut dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu. Ataupun hanya memperjual belikan barang yang diketahui ciri-ciri dan sifatnya dan barang ada dalam jaminan penjual. Jual beli ini diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan atau telah diketahui jenis dan sifat dan barang yang akan dibelinya. Dengan kemajuan informasi teknologi spesifikasi barang bisa dilihat terlebih dahulu baik secara gambar dan video. Jika barang tidak sesuai dengan ciri-ciri yang telah disepakati, pembeli boleh melakukan khiyar.

Transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima. Kesepakatan terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh Pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima. Persetujuan tersebut dinyatakan dalam penerimaan secara elektronik. Dalam Madzhab Asy-Syafi'i ditegaskan pula bahwa Jual beli terjadi karena ada rasa kerelaan antar penjual dan pembeli. Menurut Al-Ghazali, penjual

---

<sup>92</sup>Ibid.

boleh memiliki uang hasil penjualan mu'athah jika nilainya sebanding dengan harga yang diserahkan.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup>Retno Dyah Pekerti and E Herwiyanti, "Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy Syafi'i," *Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 1–14.